

LG Berlin: Verstöße gegen Pfand- und Grundpreispflicht sind wettbewerbswidrig

Hersteller von mit Getränken befüllten Einweggetränkeverpackungen sind verpflichtet, ein Pfand in Höhe von mindestens 0,25 Euro einschließlich Umsatzsteuer je Verpackung zu erheben. Das Pfand ist von jedem weiteren Vertreiber auf allen Handelsstufen bis zur Abgabe an den Endverbraucher zu erheben. Das LG Berlin (Urt. v. 27.4.2023 – 91 O 85/22) entschied nun, dass es sich um einen Wettbewerbsverstoß handle, wenn dieses Pfand nicht erhoben wird. Zudem sei es wettbewerbswidrig, Nahrungsergänzungsmittel ohne Angabe des Grundpreises anzubieten.

Der Kläger ist ein in die Liste beim Bundesamt für Justiz eingetragener Wettbewerbsverband. Die Beklagte vertreibt im Internet Getränke in Einweg-Plastikflaschen sowie Nahrungsergänzungsmittel. Unter anderem vertreibt sie Säfte in Einweg-Kunststoffflaschen, ohne darauf Pfand zu erheben. Zudem vertreibt sie Nahrungsergänzungsmittel in Form von Presslingen und Pulvern, ohne den Grundpreis nach der Preisangabenverordnung anzugeben. Der Kläger sah hierin einen Wettbewerbsverstoß und verlangte Unterlassung. Mit Schreiben vom 13. Juni 2022 mahnte der Kläger die Beklagte vergeblich ab. Für die Abmahnung macht der Kläger Abmahnkosten in Höhe von 238,00 € geltend.

Das LG Berlin entschied, dass dem Kläger der geltend gemachte Unterlassungsanspruch zustehe. Sowohl das Angebot der Einweggetränke, ohne eine Pfand zu erheben, als auch das Angebot der Nahrungsergänzungsmittel ohne Grundpreisangabe seien wettbewerbswidrig.

Verstoß gegen das VerpackG

Das Gericht sah einen Verstoß gegen § 31 Abs. 1 S. 1 VerpackG. Danach sind Hersteller von mit Getränken befüllten Einweggetränkeverpackungen verpflichtet, ein Pfand in Höhe von mindestens 0,25 Euro einschließlich Umsatzsteuer je Verpackung zu erheben. Das Pfand ist von jedem weiteren Vertreiber auf allen Handelsstufen bis zur Abgabe an den Endverbraucher zu erheben. **Wie das Pfand anzugeben ist, entschied zuletzt der EuGH.** Die Beklagte versuchte vergeblich, sich auf die Übergangsvorschrift des § 38 Abs. 7 VerpackG zu berufen. Danach durften Einwegkunststoffgetränkeflaschen, die ab dem 1. Januar 2022 erstmals der Pfandpflicht für Einweggetränkeverpackungen unterlagen und bereits vor dem 1. Januar 2022 vom Hersteller in den Verkehr gebracht wurden, bis zum 1. Juli 2022 von jedem weiteren Vertreiber auf allen Handelstagen bis an den Endverbraucher abgegeben werden, ohne dass das Pfand erhoben werden musste. Hierauf konnte sie sich jedoch nicht berufen, weil sie auch Herstellerin der Getränkeverpackungen war.

Die Beklagte hat mit dem Angebot pfandpflichtiger Kunststoffflaschen ohne Pfanderhebung gegen die Vorschrift des § 31 Abs.1 Satz 1 VerpackG verstoßen. Es ist zwischen den Parteien unstrittig, dass die Beklagte die im Antrag zu eins genannten Getränke mit jeweils 500 ml angeboten hat, ohne dass vorgeschriebene Pfand von mindestens 0,25 € brutto zu erheben. Sie können sich dabei auch entgegen ihrer Auffassung nicht auf die Übergangsvorschrift des § 38 Abs. 7 VerpackG berufen. Nach der genannten Vorschrift dürfen zwar Einwegkunststoffgetränkeflaschen, die ab dem 1. Januar 2022 erstmals der Pfandpflicht für Einweggetränkeverpackungen unterliegen und bereits vor dem 1. Januar 2022 vom Hersteller in den Verkehr gebracht wurden, bis zum 1. Juli 2022 von jedem weiteren Vertreiber auf allen Handelstagen bis an den Endverbraucher abgegeben werden, ohne dass das Pfand erhoben werden muss. Hierauf kann die Beklagte sich aber schon deswegen nicht berufen, weil sie die Herstellerin der genannten Produkte in den Einweggetränkeverpackungen ist und damit selbst die Produkte das erste Mal in den Verkehr bringt, so dass alle Produkte, die sie nach dem 1. Januar 2022 in den Verkehr bringt, worunter auch die streitgegenständlichen Produkte fallen, selbstverständlich der Pfandpflicht unterliegen. Hersteller im Sinne des Verpackungsgesetzes ist entsprechend der Legaldefinition in § 3 Abs. 14 VerpackG derjenige Vertreiber, der Verpackungen erstmals gewerbsmäßig in den Verkehr bringt. Das ist die Beklagte, die auf den streitgegenständlichen Produkten unstrittig als Herstellerin im Sinne des Art.8 Abs.1 LMIV

als Lebensmittelverantwortlicher angegeben ist. Soweit die Beklagte behauptet hat, dass Hersteller im Sinne des VerpackG die produzierende Firma xxxxxxxx. sei, so steht dem bereits § 3 Abs.9 Satz 2 VerpackG entgegen. Nach der genannten Vorschrift ist die Abgabe von im Auftrag eines Dritten befüllten Verpackungen an diesen Dritten, wenn die Verpackung ausschließlich mit dem Namen und der Marke des Dritten oder beidem gekennzeichnet ist, gerade kein Inverkehrbringen im Sinne des Verpackungsgesetzes. Ebenso bringt nicht der von der Beklagten beauftragte Logistikdienstleister die Produkte in den Verkehr, sondern die Beklagte.

Pfandvorschriften sind Marktverhaltensregelungen

Zudem stellte das Gericht klar, dass es sich bei den Pfandvorschriften des VerpackG um Marktverhaltensregelungen i.S.d. § 3a UWG handelt.

*Schließlich handelt es sich bei der genannten Vorschrift des Verpackungsgesetzes auch um eine Marktverhaltensregel im Sinne des Paragraphen 3a UWG. **Die Pfandvorschriften des Verpackungsgesetzes sind gesetzliche Vorschriften, die im Sinne von § 3a UWG auch dazu bestimmt ist, im Interesse der Marktteilnehmer das Marktverhalten zu regeln.** Die Pfanderhebungspflicht für Einweggetränkeverpackungen gemäß § 31 VerpackG wirkt sich deutlich auf das Verhalten der Hersteller und Vertreiber auf dem Absatzmarkt aus (OLG Köln vom 19.Oktober 2012 zu 6 U 103/12 noch zur Verpackungsverordnung) und hat daher entgegen der Auffassung der Beklagten nicht nur reflexhafte Auswirkungen auf den Markt. **Wer kein Pfand erhebt, verschafft sich erhebliche Wettbewerbsvorteile nicht nur wegen des deutlich günstigeren Preises, sondern auch wegen des ersparten Aufwandes auf Kosten der Umwelt.***

Fehlende Grundpreisangabe ebenfalls wettbewerbswidrig

Zudem sei das Angebot der bemängelten Produkte ohne Angabe eines Grundpreises wettbewerbswidrig gewesen, so das Gericht. Wer gegenüber Verbrauchern Produkte in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, muss gem. § 4 Abs. 1 PAngV grundsätzlich Grundpreise angeben. Die Beklagte versuchte vergeblich, sich mit einer Entscheidung des OLG Celle zu verteidigen. Das hatte entschieden, dass eine Grundpreisangabe bei Nahrungsergänzungsmitteln in Kapselform nicht erforderlich sei. Der BGH hat mittlerweile jedoch klargestellt, dass auch in einem solchen Fall ein Grundpreis angegeben werden müsse.

Ferner die Beklagte durch die fehlende Grundpreisangabe bei den im Tenor genannten Produkten gegen §§ 4 Abs. 1, 5 Abs. 4 PAngV verstoßen. Nach den genannten Vorschriften hat derjenige, der Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder regelmäßig in sonstiger Weise Waren in Fertigpackungen, offenen Packungen oder als Verkaufseinheiten ohne Umhüllung nach Gewicht, Volumen, Länge oder Fläche anbietet, neben den Endpreis auch den Preis je Mengeneinheit einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile (Grundpreis) in unmittelbarer Nähe des Endpreises anzugeben, wobei der Grundpreis für die Mengeneinheit jeweils ein Kilo beträgt. Vorliegend hat die Beklagte für die genannten Produkte keinen Grundpreis angegeben. Soweit die Beklagte die Auffassung vertreten hat, dass es sich bei den betreffenden Nahrungsergänzungsmitteln um eine stückweise Abgabe handelt, die nicht grundpreisangabepflichtig ist, vermag die Kammer sich dem nicht anzuschließen. Die von der Beklagten zitierte Entscheidung des OLG Celle (vom 9. Juli 2019 zu 13 U 31/19) bezieht sich anders als im vorliegenden Fall auf vorportionierte Nahrungsergänzungsmittel, sprich auf Kapseln oder Tabletten. Für den Fall leuchtet die Rechtsauffassung des OLG Köln ein, da eine Grundpreisangabe keine Vergleichbarkeit mit Konkurrenzprodukten herstellen würde, da es dem Verbraucher an die Wirkstoffmenge ging. Die von der Beklagten angebotenen Produkte werden hingegen als Presslinge und Pulver angeboten, wo die Grundpreisangabe sehr wohl die Vergleichbarkeit

mit Konkurrenzprodukten herstellt.

Die genannten Vorschriften der Preisangabenverordnung sind Marktverhaltensregeln im Sinne des Paragraf 3a UStG. Es handelt sich sowohl um ein Verbraucherschützendes Gesetz im Sinne des Unterlassungsklagengesetzes als auch eine wettbewerbsbezogene Norm im Sinne der genannten Vorschrift. Sinn und Zweck der genannten Vorschriften ist es, durch eine sachlich zutreffende und vollständige Verbraucher Information Preiswahrheit und Preisklarheit zu gewährleisten und durch optimale Preisvergleichsmöglichkeiten die Stellung der Verbraucher gegenüber Handel und Gewerbe zu stärken und den Wettbewerb zu fördern (für alle BGH in GRUR 2003, Seite 971 - telefonsicher Auskunftsdienst; Köhler/Bornkamm/Feddersen, UWG, 41. Auflage, § 3a Randnummer 1.260, jeweils mit weiteren Nachweisen).

Für unsere Kunden

Als Kunde unserer **Legal Produkte** finden Sie in Ihrem **Legal Account** zu allen rechtlich problematischen und abmahnanfälligen Themen **praxisorientierte Handbücher, Schulungen und verständliche Whitepaper**, selbstverständlich auch zum VerpackG und zur Werbung mit Preisen.

[r.classen/Shutterstock.com](https://www.r.classen/Shutterstock.com)